

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Paparan Data**

##### **1. Profil BPRS Bhakti Sumekar**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kabupaten Sumenep. BPRS Bhakti Sumekar berdiri sejak tanggal 16 September 2002 berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Seiring perkembangan, statusnya menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). “Letak kantor pusat di Sumenep dan satu kantor cabang madya yang berada di Pamekasan buka dari tahun 2006 sampai saat ini”. Dimana asal berdirinya BPRS Bhakti Sumekar yaitu dimulai dengan berdirinya PT. BPR Dana Merapi.

PT BPR Dana Merapi merupakan perusahaan yang rencara akuisisi dari Pemerintah Kabupaten Sumenep yang merupakan asal berdirinya PT. BPRS Bhakti Sumekar. PT BPR Dana Merapi berdiri berdasarkan akta notaris “Yanita Poerbo” SH No 64 tanggal 30 Juli 1992 yang disahkan oleh “Menteri Kehakiman RI dalam surat keputusan nomor C2-392.HT.01.01.TH. 1993 tanggal 6 Februari 1993”. Rencana akuisisi dari Pemerintah Kabupaten Sumenep telah direkomendasi dan telah mendapat persetujuan oleh (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah “DPRD” Kab. Sumenep pada tanggal 19 November 2001 dengan nomor surat 910/953/435.040/2001) dan juga telah mendapat persetujuan Bank Indonesia (BI) pada tanggal 20 Februari 2002 dengan surat persetujuan nomor 4/5DPBPR/P3BPR/Sb.

Dalam perkembangannya PT. BPRS Dana Merapi mengalami perubahan nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar yang disetujui oleh “Notaris Kurniawan S, SH Notaris di Sidoarjo dengan nomor akte 24 tanggal 16 September 2002”. Dan persetujuan “BI nomor 04/8/KEP/PBI/sb/2002 pada tanggal 1 November 2003 yang disahkan oleh Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, nomor C-19351 NT.01.04 tahun 2002 tanggal 8 Oktober 2002”.

Pemerintah Kabupaten Sumenep mengesahkan “PT BPRS Bhakti Sumekar dalam (Perda) dengan no. 6 tahun 2003 tanggal 31 Juli 2003”. Perubahan nama dari PT. BPR Bhakti Sumekar menjadi PT. BPRS Bhakti Sumekar disahkan oleh notaris “Sukarini” SH no. 1 tanggal 1 November 2003 di Sidoarjo. Departemen Kehakiman RI dan HAM juga ikut mengesahkan dengan nomor C-01389 HT. 01.04. TH 2004. Dan disetujui oleh “BI di Jakarta pada tanggal 21 Mei 2004 dengan nomor 6/606/DPbs dan BI Cabang Surabaya pada tanggal 22 Juni 2004 dengan nomor 6/353/DPBR/IDBPR/Sb”.<sup>1</sup>

## **2. Visi – Misi dan Motto BPRS Bhakti Sumekar**

Visi adalah tujuan yang ingin dicapai oleh suatu lembaga. Sedangkan misi adalah hal-hal yang perlu dilakukan untuk mewujudkan visi. Adapun visi dan misi BPRS Bhakti Sumekar sebagai berikut:

### **a. Visi**

Mewujudkan masyarakat sejahtera yang dilandasi nilai agama dan budaya.

### **b. Misi**

- 1) Intermediasi antar pelaku ekonomi perihal permodalan syariah

---

<sup>1</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/BPRS\\_Bhakti\\_Sumekar](https://id.wikipedia.org/wiki/BPRS_Bhakti_Sumekar) diakses pada tanggal 30 Maret 2022 Pukul 21:42

- 2) Melaksanakan pemberdayaan pengusaha UMKM
- 3) Mengupayakan peningkatan pendapatan asli daerah.

**c. Motto**

“Mitra Dalam Bermuamalah”

**3. Produk-Produk BPRS Bhakti Sumekar**

Beberapa Produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu:

**a. Tabungan**

1) Tabungan Barokah

Tabungan barokah ini dapat sebagai sarana simpanan dana masyarakat untuk hari esok dengan akad wadi'ah yad dhamanah atau sebagai titipan murni di BPRS Bhakti Sumekar. Setoran awal minimal Rp. 10.000,- dengan saldo tabungan minimal Rp. 10.000,- dan dana dapat diambil sewaktu-waktu.

2) Tabungan Qurban

Tabungan Qur'ban ini digunakan untuk masyarakat yang ingin mempersiapkan dana qurban di Hari Raya Idul Adha seperti halnya tabungan Tahara yang telah terencana dengan keuntungan bagi hasil sesuai dengan syari'at islam. Syarat ketentuan diperuntukkan bagi perorangan. Setoran awal minimal Rp. 100.000,- dengan saldo tabungan minimal Rp. 50.000,- Dapat diambil menjelang Hari Raya Idul Adha dan tabungan ini bebas biaya administrasi.

3) Tabungan Hari Raya (Tahara)

Tahara merupakan simpanan berencana yang diperuntukkan bagi masyarakat yang memang ingin menyiapkan dananya untuk hari Raya Idul Fitri dengan lebih dini dan terencana. Tabungan Tahara ini aman, halal dan menguntungkan. Ketentuan Tahara setoran awal mulai dari Rp. 100.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000,- dan wajib dilakukan setiap bulan. Dana bisa diambil 2 minggu menjelang hari Raya Idul Fitri dan sisa saldo tabungan minimal Rp. 10.000,- Bebas biaya administrasi bulanan dan hasil yang lebih besar.

4) Simpanan Pelajar (Simpel)

Tabungan simpanan ini dikhususkan bagi pelajar atau siswa di sekolah atau lembaga pendidikan, mulai dari TK sampai SD. Ketentuan tabungan simpanan pelajar setoran awal mulai dari Rp. 1.000,- dan setoran selanjutnya terserah tetapi setoran minimal Rp.1000,- Dana bisa diambil sewaktu-waktu dan sisa saldo tabungan minimal Rp.1.000,-

**b. Pembiayaan**

1) Usaha Kecil Menengah (UMKM)

Pembiayaan ini digunakan untuk modal kerja atau investasi bagi perorangan yang memiliki usaha kecil, menengah. Keuntungan bagi nasabah kesepakatan margin berubah selama periode pembiayaan, prosesnya mudah dan cepat.

2) Gadai Emas/ Rahn

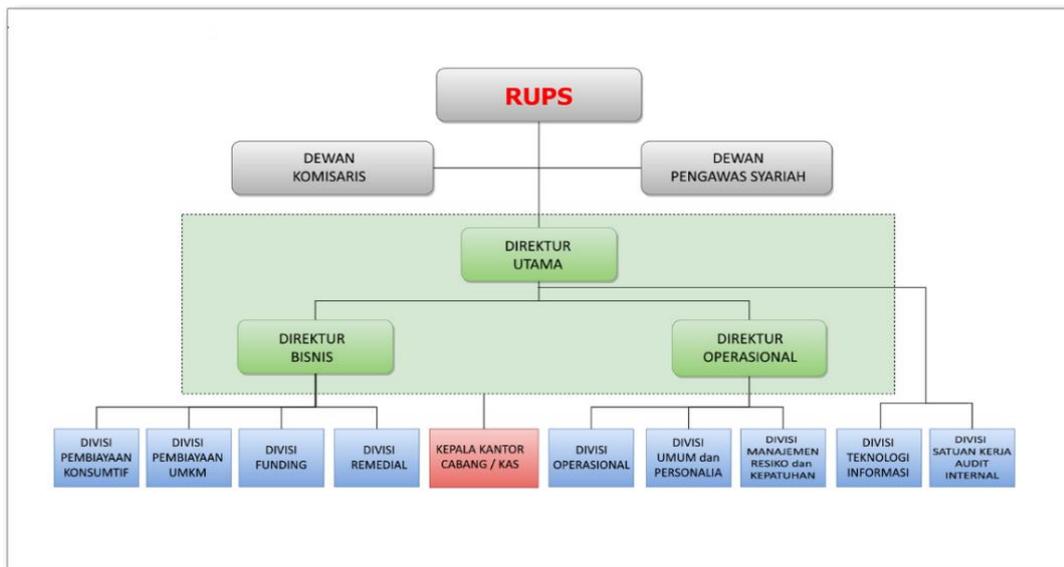
Gadai emas (*rahn*) untuk membiayai keperluan dana jangka pendek atau modal kerja bagi usaha mikro dan kecil. Jaminan berupa emas dengan

jangka waktu empat bulan dan dapat di perpanjang satu kali. Jasa penyimpanan pemeliharaan Rp 6,- perhari Rp 10.000,- dari nilai taksir jaminan, dibayar pada saat pelunasan, Biaya jasa taksiran maksimal Rp 150.000,- per transaksi.

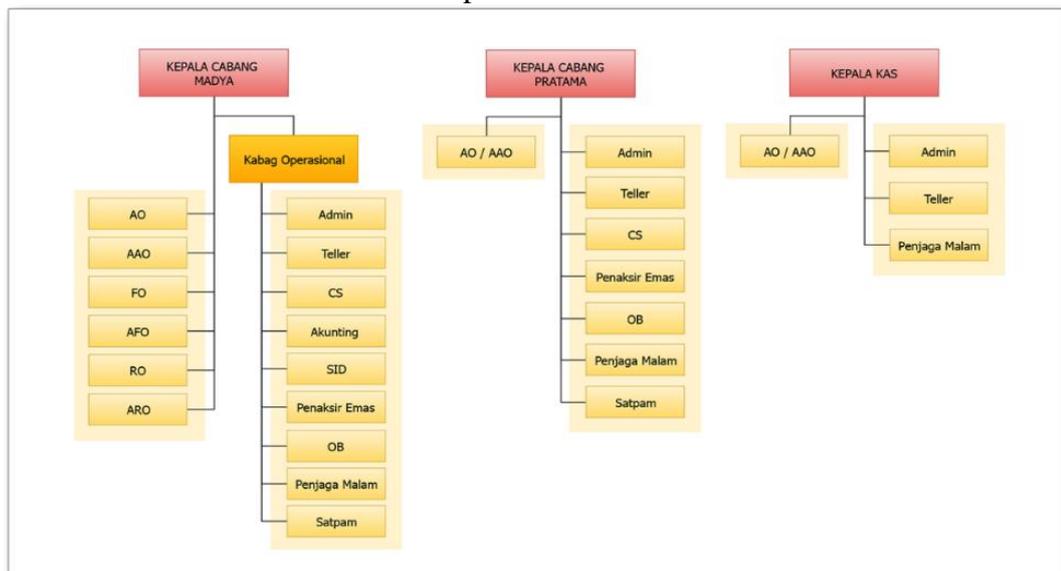
#### 4. Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

Gambar 4.1

Struktur BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan



Sumber: Data ini diperoleh dari BPRS Bhakti Sumekar



Sumber: Data ini diperoleh dari BPRS Bhakti Sumekar

## 5. Makna logo BPRS Bhakti Sumekar

Gambar 4.2

Logo BPRS Bhakti Sumekar



### a. Makna secara umum

Bunga merekah yang menandakan kekeluasan, kegigihan, dan keramahan dalam semua aspek bisnis yang ada di lingkungan masyarakat.

### b. Warna

Makna dari Segi Warna

Kesuburan, kesejukan dan kemakmuran di tandakan oleh warna hijau. Sedangkan untuk kesejahteraan dan kejayaan dilambangkan oleh warna kuning.

## 6. Nilai Utama Perusahaan

### a. Berkembang

Mengembangkan ide kreatifitas tinggi dan etos kerja serta melakukan kesempatan dalam berinovasi.

b. Harmonis

Memiliki pedoman hidup persaudaraan yang bisa menjalin kekompakan dalam bermitra.

c. Amanah

Amanah dalam bertanggung jawab dan bersikap tegas dalam mengambil keputusan.

d. Kepuasan Nasabah

Mengedepankan kepuasan nasabah dengan tetap memperhatikan kepentingan perusahaan.

e. Transparan

Saling terbuka demi membangun kepercayaan dan keyakinan dengan menjunjung tinggi pelayanan yang terbaik sehingga terbentuk suasana bersih dan berwibawa.

f. Integritas

Bertaqwa, jujur, selalu menjaga nama baik, serta taat pada peraturan yang berlaku.

## 7. Lokasi

Lokasi yang tersebar adalah sebagai berikut :

### **Wilayah Sumenep**

- a. Kantor Pusat Sumenep (Jl. Trunojoyo No. 137 Sumenep)
- b. Kantor Cabang Pratama (Ds. Arjasa Kec. Arjasa, Pulau Kangean, Sumenep)
- c. Kantor Cabang Pratama Dungkek (Jl Raya Pelabuhan Dungkek, Kec. Dungkek)

- d. Kantor Cabang Pratama Ambunten (Jl. KH. Hasyim Asyari, No. 32 Kec. Ambunten Sumenep)
- e. Kantor Cabang Pratama Ganding (Jl. Raya Pasar Ganding)
- f. Kantor Cabang Pratama Batu Putih (Jl. Arya Wiraraja No. 45 Kec. Batu Putih Sumenep)
- g. Kantor Cabang Pratama Dasuk ( Jl. Raya Dasuk, Kec. Dasuk)
- h. Kantor Cabang Pratama Bluto (Jl. Raya Bluto No.17 Kec. Bluto)
- i. Kantor Cabang Pratama Gapura (Jl. Raya Gapura)
- j. Kantor Cabang Pratama Lenteng (Jl. Kalimas, Kec. Lenteng)
- k. Kantor Cabang Pratama Guluk Guluk (Jl. Lembah Bukit Lancaran, Ds. Saba Jarin )
- l. Kantor Cabang Pratama Gili Genting (Ds. Aeng Anyar)
- m. Kantor Cabang Masalembu (Jl. Raya Masalima, Ds. Masalima)
- n. Kantor Cabang Kalianget (Jl. Raya Pelabuhan Kalianget)
- o. Kantor Cabang Pratama Legung (Jl. Raya legung, Kec. Batang-batang)
- p. Kantor Cabang Pratama Pasongsongan (Jl. Raya Pasongsongan, Kec. Pasongsongan)
- q. Kantor Cabang Pratama Manding (Jl. Raya MAnding, Ds. Manding)
- r. Kantor Cabang Pratama Pragaan (Jl. Raya Prenduan, Kec. Pragaan)
- s. Kantor Cabang Pratama Sapeken (Jln. Diponegoro, Kampung ra'as, Kec. Sepeken)
- t. Kantor Cabang Pratama Ra'as (Jl. Raya Brakas, kec. Ra'as, Pulau ra'as)
- u. Kantor Cabang Pratama Pasar Anom (Jln. Trunojoyo no. 262, Sumenep)
- v. Kantor Cabang Pratama Rubaru (Jl. Raya Rubaru, Ds. Banasare)

- w. Kantor Cabang Pratama Sepudi (Jl. Raya Pancor, Kec. Gayam)
- x. Kantor Cabang Pratama Bengkal (Jl. Raya Gapuran No. 6A)
- y. Kantor Cabang Pratama Saronggi (Jl. Rya Saronggi, Ds. Tanah Merah)
- z. Kantor Kas Talango (Jl. Wr. Supratman, Ds. Talango, Kec. Talango)

#### **Wilayah Pamekasan**

- a. Kantor Cabang Madya Pamekasan (Jl. Raya Mesigit no. 33 Pamekasan)
- b. Kantor Cabang Waru (Jl. Raya Tobalang, Kec. Waru)
- c. Kantor Kas Larangan (Jl. Raya Sumenep, Ds. Laranga Luar)\
- d. Kantor Cabang Pratama Bandaran (Jl. Raya Bandaran, Dsn. Sumber Wangi, Ds. Bandaran)

#### **Wilayah Jember**

- a. Kantor Cabang Madya Jember (Jl. Raya Trunojoyo No. 123 Jember)

### **8. Paparan Data**

Dalam paparan data penelitian, maka peneliti akan memaparkan hasil data penelitian yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Strategi Direct Selling Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan” dengan melalui Wawancara, Observasi dan Dokumentasi.

Data yang diperoleh dari lapangan dapat diuraikan secara rinci, yaitu :

#### **1. Strategi Direct Selling Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan**

Keberhasilan yang dicapai suatu perusahaan tidak lepas dari bagaimana strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya. Suatu perusahaan merancang sebaik mungkin bagaimana strategi yang akan digunakan supaya

mencapai suatu keberhasilan. Salah satu wujud keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari banyaknya penghargaan yang diperoleh, suatu penghargaan merupakan salah satu wujud apresiasi bahwa perusahaan tersebut berhasil. Yang akan menjadi salah satu fokus penelitian yang akan diteliti yaitu bagaimana strategi Direct Selling Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah.

BPRS Bhakti Sumekar merupakan suatu lembaga keuangan yang berbasis Syariah yang memiliki perkembangan yang pesat dan memiliki banyaknya penghargaan. BPRS Bhakti Sumekar merupakan salah satu perusahaan yang berhasil menunjukkan keberhasilannya dalam strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya. Dalam menerapkan strategi pemasaran yang akan dilakukan perusahaan terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar.

Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu berupa barang maupun jasa dengan menggunakan teknik tertentu untuk menarik minat beli konsumen. Strategi pemasaran sangat penting bagi suatu perusahaan sebab sangat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Penelitian ini dilakukan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik minat nasabah. Tujuan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan melakukan strategi pemasaran yaitu untuk mengajak masyarakat agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, maka dibutuhkan langkah-langkah progresif dan strategi agar tujuannya dapat terpenuhi.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan, strategi direct selling yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam menarik minat nasabah yaitu melalui cara sosialisasi, *door to door* (dari rumah kerumah), menyebar brosur, melalui sosmed, banner, pamflet, dan juga dengan cara *face to face* (menjelaskan langsung kepada nasabah tentang produk yang ditawarkan). Sebelum memasarkan produknya BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan terlebih dahulu memperhatikan mengenai STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*), setelah itu baru menjalankan strategi pemasarannya.

Berikut ini merupakan hasil wawancara dengan Bapak Bakhtiar Ismanto selaku pimpinan cabang mengenai Strategi Direct Selling dalam upaya peningkatan jumlah nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu :

“Disini perusahaan akan berusaha sebaik mungkin untuk memasarkan produk kepada masyarakat, maka dari itu marketing maupun karyawan akan menyusun strategi yang benar-benar kompetitif, karena harapan saya dengan adanya strategi direct selling tersebut bisa membantu dalam kemajuan perusahaan, Sebelum memasarkan suatu produk hal yang harus dilakukan yaitu menentukan segmentasi yang dimana segmentasi ini pihak BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan harus mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh setiap orang. Kita memasarkan produk dengan cara mendatangi ke pasar-pasar, kerumah-rumah orang dengan cara membagikan brosur dan menjelaskan keunggulan-keunggulan dari produk tersebut”<sup>2</sup>

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi marketing merupakan suatu rencana fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi

---

<sup>2</sup>Bakhtiar Ismanto, Pimpinan Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung* (05 April 2022).

perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud dan tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikerjakan oleh perusahaan.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak akbar selaku karyawan mengenai Strategi Direct Selling di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, menyatakan :

“Langkah yang harus kita lakukan dulu dek sebelum melakukan strategi direct selling yaitu melakukan segmentasi pasar tujuannya untuk memasarkan produk yang ditawarkan oleh pihak BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan agar sesuai dengan kebutuhan nasabah, selanjutnya kita harus menentukan target pasar yaitu mendatangi ke sekolah-sekolah atau perusahaan dan juga rumah-rumah warga untuk mengajak masyarakat untuk bergabung dengan kami di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Langkah selanjutnya yaitu menentukan posisi pasar , yang dimana pihak BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan menjelaskan keunggulan-keunggulan dari beberapa produk tersebut.<sup>3</sup>

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa hal pertama yang dilakukan sebelum melakukan strategi pemasaran yaitu menentukan segmentasi pasar yang dimana tujuannya untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh calon nasabah. Yang kedua yaitu menentukan target pasar yang dimana untuk memasarkan produk. Dan yang ketiga yaitu menentukan posisi pasar yang dimana pihak BPRS menjelaskan keunggulan-keunggulan dari salah satu produk tersebut sehingga masyarakat tertarik dengan produk yang ditawarkannya.

---

<sup>3</sup>akbar, karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung* (31 Mei 2022).

Setelah menentukan Strategi Pemasaran menggunakan STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) selanjutnya yaitu pihak BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan melakukan strategi pemasaran.

Hal lain juga disampaikan oleh Mbak Nia selaku marketing mengenai Strategi Direct Selling di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, yaitu:

”Strategi Sebenarnya untuk mendapatkan nasabah baru itu tidak mudah dek, makanya kita dalam memasarkan produk harus terjun langsung ke lapangan dan menjelaskan tentang produk tersebut sedetail mungkin agar mendapat respon yang baik dari masyarakat dan masyarakat tertarik dengan produk yang kami tawarkan. Kami para marketing dalam memasarkan produk yaitu terjun ke lapangan dengan cara seperti menyebarkan brosur, *door to door* (dari rumah kerumah), dan juga dengan cara *face to face* (dengan cara menjelaskan langsung tentang produk yang ditawarkan), serta mengajak mereka untuk bergabung menjadi nasabah kami”.<sup>4</sup>

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam memasarkan produk para marketing langsung terjun ke lapangan seperti halnya dengan cara menyebar brosur, *door to door* (dari rumah kerumah), *face to face* (menjelaskan langsung ke masyarakat tentang produk yang ditawarkan) cara tersebut merupakan bagian dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam menarik minat calon nasabah.

Peneliti melakukan wawancara dengan mbak hilwah selaku marketing mengenai Strategi Direct Selling di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, yaitu:

“Sebenarnya dalam strategi direct selling itu dek pasti ada segmentasi berdasarkan pengelompokan berdasarkan apa yang dibutuhkan, nah maka dari itu harus sesuai dengan segmentasi yang telah direncanakannya, yaitu

---

<sup>4</sup> Lina Sari Fardania, Marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung* (31 Mei 2022).

harus paham segmentasi pasar yang sudah dikelompokkan, segmentasi yang diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar yaitu segmentasi berdasarkan geografis yaitu berdasarkan wilayah atau tempat tinggal yang mencakup Kabupaten dan Kecamatan. Pada segmentasi ini lebih dominan pada masyarakat Kabupaten Pamekasan. Selain berdasarkan segmentasi geografis juga berdasarkan segmentasi demografis yaitu berdasarkan agama, pada segmentasi demografis ini lebih dominan pada agama islam karena rata-rata nasabah kami beragama islam”.<sup>5</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa segmentasi pemasaran yang diterapkan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu berdasarkan segmentasi geografis berdasarkan wilayah atau tempat tinggal yang dominan Kabupaten Pamekasan, dan segmentasi demografis berdasarkan agama islam.

Pernyataan lainnya yang disampaikan oleh bapak akbar selaku karyawan mengenai Strategi Direct Selling di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, yaitu :

“Dalam strategi direct selling selain menentukan segmentasi, kita juga harus menentukan target pasar yang dimana untuk menentukan sasaran pasar. Dalam target pasar disini yaitu mencakup pasar penuh. Dalam targetting tersebut kami harus melayani semua segmen yang ada. Jadi targetnya kita itu dek yaitu pada semua kalangan masyarakat”.<sup>6</sup>

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa targetting yang diterapkan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam upaya menarik minat nasabah yaitu dalam target disini mencakup pasar penuh yaitu melayani semua segmen yang ada tanpa adanya batasan tertentu. Targetnya yaitu semua kalangan masyarakat.

---

<sup>5</sup>Hilwah, Marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung* (31 Mei 2022).

<sup>6</sup>Akbar, karyawan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung* (31 Mei 2022).

Pendapat lain yang disampaikan oleh Bapak Bakhtiar Ismanto selaku pimpinan cabang mengenai Strategi Direct Selling di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, yaitu :

“Strategi pemasaran selain segmenting dan targeting ada juga yaitu positioning yang dimana positioning ini merupakan proses untuk menentukan posisi pasar. Pada positioning pasar ini ialah harus memperlihatkan keunggulan produknya, misalkan pada produk tabungan pelajar (simpler) keunggulannya tersebut harus disebutkan”.<sup>7</sup>

Pendapat tersebut didukung oleh Bapak Mohammad Rasul selaku marketing mengenai Strategi Direct Selling di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, yaitu :

“Seperti yang telah disampaikan oleh bapak Bakhtiar Ismanto, positioning nya yaitu kami menggunakan posisi pasar berdasarkan keunggulan-keunggulan dari produk yang kami punya. Maka kami itu dek harus benar-benar memperlihatkan keunggulan-keunggulan yang ada dari produk yang kami punya sehingga masyarakat benar-benar tertarik dengan produk kami. Misalkan pada produk tabungan barokah, kita itu tampilkan keunggulan yang terdapat di produk tabungan barokah tersebut sehingga masyarakat tertarik dengan produk tersebut”.<sup>8</sup>

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa positioning yang diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam upaya menarik minat nasabah yaitu pada positioning penentuan posisi pasar berdasarkan hasil keunggulan bersaing.

---

<sup>7</sup>Bakhtiar Ismanto, Pimpinan Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung* (05 April 2022).

<sup>8</sup>Mohammad Rasul, Marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung* (05 April 2022).

Pendapat tersebut juga didukung oleh Bapak suheri selaku nasabah BPRS

Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan :

“Saya menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memilih tabungan barokah, karena dengan tabungan barokah tersebut membantu saya ketika menyimpan uang setelah menerima gaji dari sekolah , oleh karena itu saya berinisiatif untuk menabung di bprs karena waktu itu pihak BPRS lagi memasakan produknya di sekolah saya mengajar dan saya juga sudah lama menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan karena proses pencairannya cepat dan aman”.<sup>9</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Nur wati selaku nasabah di BPRS

Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan :

“Saya menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya ini, karna waktu itu saya lewat di depan BPRS dan kebetulan sedang penyebaran brosur dan sesampainya dirumah saya membaca brosur tersebut dan kebetulan brosur yang disebarakan produk gadai dan saya tertarik karena saya membutuhkan modal tambahan untuk bisnis saya sekitar 8 juta, saya menggadaikan emas disini karena proses pencairan nya yang cepat dan mudah”.<sup>10</sup>

Hal lain juga disampaikan oleh Ibu Narmi yaitu :

“Saya sudah berkali-kali menggadaikan emas saya di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan untuk kebutuhan sehari-hari, karena saya hanya seorang ibu rumah tangga sehingga kadang saya kekurangan dana dalam membeli kebutuhan sehari-hari, alasan saya menggadaikan di sini karena berdekatan dengan tempat tinggal saya”.<sup>11</sup>

Pendapat lain juga disampaikan oleh Bapak mahmud :

“Saya sudah beberapa kali menggadaikan emas saya, sekarang saya membutuhkan uang sebesar 1 juta untuk membeli keperluan rumah tangga, dalam jangka waktu dekat ini saya akan menebusnya, alasan saya menggadaikan di sini karena waktu itu ada salah satu karyawan yang datang

---

<sup>9</sup>Bapak suheri, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung*, (14 April 2022).

<sup>10</sup>Ibu Nur Wati, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung*, ( 14 April 2022).

<sup>11</sup>Ibu Narmi, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung*, (14 April 2022).

ke desa saya dan menawarkan beberapa produknya dan saya memilih produk gadai karena lagi butuh uang dengan jaminan menggadaikan emas”.<sup>12</sup>

Dari penjelasan yang disampaikan oleh nasabah diatas, nasabah menggadaikan emas nya untuk modal usahanya dan ada juga yang menabung untuk menyimpan gaji mereka , karena proses pencairannya yang cepat.

Berdasarkan pernyataan yang di sampaikan oleh Bapak Bakhtiar Ismanto selaku pimpinan cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan :

“Hal penting yang harus kami lakukan dalam menentukan produk yaitu menawarkan produk-produk yang ada di brosur BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan selanjutnya mensosialisasikan dengan cara terjun langsung ke lapangan serta menjelaskan tentang produk dan keunggulan dari produk yang kami tawarkan”.<sup>13</sup>

BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan meninjau keunggulan produk yang dimiliki, serta hasil yang di dapat. Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh Bapak Khairul Faizin :

“Semua produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan ini memiliki keunggulan, salah satunya yaitu produk tabungan barokah dimana keunggulannya yaitu dilihat dari murahnya jasa penyimpanan”.<sup>14</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Bakhtiar Ismanto :

“Keunggulan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar ini yaitu jasa penyimpanannya yang murah, tanpa dikenakan biaya administrasi kecuali biaya taksir emas saja kecuali pinjaman diatas 5 juta maka itu dikenakan biaya materai saja, ujroh nya dihitung per hari dalam per 10 ribunya yaitu

---

<sup>12</sup>Bapak mahmud, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung*, (14 April 2022).

<sup>13</sup>Bakhtiar Ismanto, Pimpinan Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung*, (14 April 2022).

<sup>14</sup>Khairul Faizin, karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung*, (14 April 2022).

biaya pemeliharaannya sebesar rupiah, prosesnya yang mudah dan cepat sehingga tidak membuat nasabah menunggu lama”.<sup>15</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa keunggulan yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya diantaranya yaitu dari segi pelayanan, biaya pemeliharaan yang murah, proses nya yang cepat dan mudah.

## **2. Kendala Penerapan Direct Selling Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan**

Implementasi yang dilakukan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu dengan cara menyebarkan brosur, sosialisasi ke masyarakat-masyarakat, memasang banner, serta melalui sosial media. Cara-cara tersebut diharapkan dapat memberikan hasil timbal balik yang menguntungkan bagi perusahaan. Implementasi yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut ternyata memberikan dampak positif dan memberikan hasil timbal balik yang sangat menguntungkan.

Berikut ini merupakan hasil wawancara dengan Bapak Bakhtiar Ismanto selaku pimpinan cabang mengenai Kendala Penerapan Direct Selling di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu :

“Biasanya kendala yang terjadi ketika memasarkan produk masyarakat sudah bekerja sama dengan pihak perusahaan yang lain sehingga mereka tidak tertarik dengan produk yang kita tawarkan”<sup>16</sup>

Pendapat lain juga disampaikan oleh Mbak nia selaku marketing yaitu:

“Disini dalam hal menabung masih rendah di kalangan masyarakat terutama ekonomi menengah ke bawah, ketika kami terjun langsung ke

---

<sup>15</sup>Bakhtiar Ismanto, Pimpinan Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung*, (14 April 2022).

<sup>16</sup>Bakhtiar Ismanto, Pimpinan Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung*, (14 April 2022).

lapangan bisa dilihat dari segi nasabah tertarik atau tidaknya , karena kita saat sosialisasi belum tentu nasabah tertarik dan juga dengan adanya persaingan dengan antar bank”<sup>17</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa di dalam urusan menabung masih rendah di kalangan masyarakat dan juga sektor ekonominya masih kurang baik , dan persaingan dengan antar bank.

Peneliti juga mewawancarai ibu nur wati salah satu nasabah di BPRS berikut hasil wawancara:

“saya menabung disini sudah cukup lama dan lokasi ini terbilang strategis karena mudah di jangkau dengan kendaraan pribadi , dan pelayanan yang diberikan sangat baik dari pertama kali menabung disini sampai sekarang pelayanannya sopan dan ramah”<sup>18</sup>

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa positioning yang diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan Lokasi mudah dijangkau dan strategis dan jualan pelayanannya baik selalu berperilaku sopan dan ramah.

## **B. Temuan Penelitian**

Berdasarkan paparan data setelah peneliti melakukan penelitian, peneliti menemukan beberapa temuan penting yang menambah informasi bagi peneliti, temuan ini diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan dan studi dokumentasi yang sesuai dengan paparan data yang diperoleh. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, dengan menggunakan STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) dan setelah itu barulah BPRS menerapkan Strategi Pemasaran. Dari

---

<sup>17</sup>Lina Sari Fardania, Marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung* (31 Mei 2022).

<sup>18</sup>Ibu Nur wati, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung*, (14 April 2022).

hasil peneliti yang bisa di ketahui strategi pemasaran yang di lakukan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan pada produk yang sudah ada. Adapun temuan data dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

### **1. Strategi Direct Selling Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan**

Beberapa cara yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, yaitu:

- a. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan melakukan Segmentasi, segmentasi pasar bertujuan untuk melihat peluang berkenaan dengan tujuan yang ingin BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan capai, yaitu bagaimana cara BPRS melihat apa yang di butuhkan dalam setiap orang, yang menjadi sasaran adalah masyarakat Pamekasan. Jadi bagaimana BPRS dalam melihat kebutuhan pasar yang sesuai dengan produk yang di tawarkan.
- b. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dari pihak marketing menentukan Targeting, target pasar maupun posisi pasar dimana target pasar harus sesuai dengan produk yang akan BPRS tawarkan misalnya, Produk Tabungan Barokah kepada orang yang bagian perkantoran atau para guru sehingga BPRS mendatangi nasabah ke sekolah-sekolah atau pun perkantoran dll.
- c. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan menjelaskan Positioning yaitu kelebihan dan keunggulan yang terdapat pada produk yang di tawarkan sehingga nantinya calon nasabah atau calon mitra akan tertarik terhadap kelebihan dan keunggulan yang akan di dapat di bandingkan produk yang sama dari lembaga keuangan yang lain.

## **2. Kendala Penerapan Direct Selling Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan**

Beberapa kendala yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, yaitu:

- a. Dari sektor perekonomian , maksudnya dalam hal minat menabung masih rendah di kalangan masyarakat terutama ekonomi menengah ke bawah
- b. Persaingan antar bank, persaingan ini cukup ketat antara bank konvensional dan syariah karena pastinya semua perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan jumlah nasabahnya.

### **C. Pembahasan**

#### **1. Strategi Direct Selling Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan**

Dalam menetapkan Strategi Direct Selling yang akan dijalankan, perusahaan harus terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi dari produknya, serta posisi perusahaan dalam memasarkan produknya di pasar, maka dapatlah di tentukan tujuan dan sasaran apa yang diharapkan akan dapat dicapai dalam bidang pemasaran, dan bagaimana kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

Ada beberapa hal yang menjadi temuan dari hasil penelitian di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan tentang strategi direct selling yang di tetapkan pada produk yang sudah ada yaitu:

- a. **Segmentasi**, Menjelaskan segmentasi ini bertujuan supaya produk yang akan

ditawarkan oleh marketing akan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Sehingga nantinya produk yang ditawarkan oleh marketing diminati oleh masyarakat yang memang membutuhkan produk yang ditawarkan marketing dan menjadi sasaran dalam Segmentasi berdasarkan wilayah yang dibidik BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu mencakup daerah Kabupaten Pamekasan. Yang menjadi segmentasi di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu lebih dominan pada masyarakat Kabupaten Pamekasan. Segmentasi berdasarkan jenis agama, Jenis agama nasabah BPRS Bhakti Sumekar dominan beragama Islam.

- b. Targeting**, berdasarkan cangkupan pasar penuh, dengan hal ini perusahaan melayani semua segmen yang ada. Target pasar harus sesuai dengan produk yang akan ditawarkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan misalnya kepada semua kalangan masyarakat.
- c. Positioning**, yaitu menetapkan posisi pasar, maksudnya disini ialah harus menunjukkan keunggulan atau kelebihan yang terdapat dalam produk yang ditawarkan, sehingga nantinya masyarakat akan tertarik untuk bergabung dengan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

Strategi Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan-tujuan dari sebuah perusahaan. Bauran pemasaran merupakan kombinasi yang dilakukan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam bidang pemasaran hamper semua lembaga keuangan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasaran, apalagi dalam kondisi pesaing yang demikian ketat saat ini. Bauran pemasaran harus dilakukan secara terpadu. Artinya, pelaksanaan dan penerapan

komponen ini harus dilakukan dengan memperhatikan antara satu dengan yang lainnya. Karena saling berkaitan erat guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.<sup>19</sup>

Dalam memperkenalkan produk dan sebagai usaha mengoptimalkan pemasaran BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan mempunyai strategi promosi sebagai berikut:

- 1) BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam melakukan promosi selalu menggunakan brosur dan sosial media serta bersosialisasi kepada masyarakat. Dimana dalam mengiklankan produknya lebih menonjol apa yang menjadi manfaat dan keunggulan dari produk tersebut.
- 2) Selain itu promosi yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yakni menggunakan sistem kekerabatan dimana pihak karyawan dengan mempromosikan produknya dalam kerabat terdekat terlebih dahulu dan kepada teman-teman terdekatnya. Dari situ mereka dengan mudah mendapatkan nasabah atau calon mitra karna tanpa pamrih nanti orang yang telah menjadi anggota di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

## **2. Kendala Penerapan Direct Selling Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan**

Disini dalam hal menabung masih rendah dikalangan masyarakat terutama ekonomi menengah ke bawah, tetapi disini lebih prioritas terhadap pinjaman serta dengan sektor ekonominya atau dengan kenaikan harga masyarakat susah untuk menaikkan dananya, mainsetnya nasabah tentang manajemen dalam mengelola keuangan dan juga persaingan dengan antar bank yang cukup pesat.

---

<sup>19</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), 119.

Dalam pelaksanaan strategi pasti ada beberapa kendala atau hambatan yang menjadi penghalang dari jalannya kegiatan yang dilakukan. Berikut ini merupakan kendala di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yang berhubungan dengan Strategi Direct Selling Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Kendala-kendala tersebut berasal dari kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal yang dihadapi minimnya perekonomian dari masyarakat, pada tahun 2020-2021 jumlah nasabah berjumlah sedikit dikarenakan ada faktor PPKM. Selain dari faktor tersebut sekarang masyarakat sedikit yang mau menabung karena faktor keuangan yang tidak memadai. Sedangkan kendala eksternal yaitu persaingan antar bank, ketatnya persaingan dari lembaga keuangan lain, hal ini terkait dengan banyaknya lembaga keuangan konvensional maupun syariah di Indonesia. Dengan semakin banyaknya lembaga keuangan, maka setiap lembaga dituntut lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya agar dapat menarik minat calon nasabah. Hal yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan adalah dengan memperluas lokasi pasar. Yaitu dengan cara mempromosikan produknya ke semua wilayah Pamekasan bahkan luar Pamekasan dengan harapan bisa bertambahnya jumlah nasabah dari berbagai produk.

Segmentasi berdasarkan wilayah yang dibidik BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu mencakup daerah Kabupaten Pamekasan. Yang menjadi segmentasi di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu lebih dominan pada masyarakat Kabupaten Pamekasan. Segmentasi berdasarkan jenis agama. Jenis agama nasabah BPRS Bhakti Sumekar dominan beragama Islam.